

DAFTAR PUSTAKA

- Abrian, Y., Wardi, Y., Abror, A., Dwita, V., & Evanita, S. (2023). Pengalaman Wisata dan Citra Destinasi: Sebuah Kajian Pustaka Sistematis. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 4(2), 125–138.
<https://doi.org/10.36256/ijtl.v4i2.347>
- Adiatma, D., Susilawati, W., & Anggraeni, W. (2024). *Pengaruh Accessibility Dan Social Media Marketing*. 6(2), 190–203.
- Anastasia, S., & Widiawan, K. (2023). Pengaruh Beban Kerja, Lingkungan Kerja, dan Kepuasan Kerja terhadap Turnover Intention di PT.X. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 11(2), 5–24.
- Andiaresmi, P., & Pramono, R. (2023). Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Destination Image Terhadap Minat Berkunjung Ke Kebun Raya Bogor. *Metta : Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(4), 373–381.
<https://doi.org/10.37329/metta.v3i4.2817>
- Andzani, D., Virgin, D., & Setijadi, N. (2024). Peran Media Sosial Dalam Membangun Citra Destinasi Pariwisata Yang Menarik. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 11(1), 188–195. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v11i1.53212>
- Anggraeni, L. V. (2023). *Pengaruh Brand Image dan Daya Tarik terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Generasi-Z di Museum Konperensi Asia Afrika*.
- Antika, M. T., Susyanti, J., & Bastomi, M. (2023). *Pengaruh Social Media Marketing, Word Of Mouth, Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Pada Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (Studi Kasus Pada Generasi Z di Kota Malang)*. 12(02), 221–232.
- APJII. (2024). Internet Indonesia. *Survei Penetrasi Internet Indonesia*, 1–90.
<https://survei.apjii.or.id/survei/group/9>
- Arifin, Magito, Perkasa, D. H., & Febrian, W. D. (2023). *Pengaruh Kompensasi , Kompetensi dan Konflik Kerja terhadap Kinerja Karyawan Pendahuluan*. 01(01), 24–33.
- Arthadia, K. (2024). *Pesona Wisata Wanita: Mengapa Perempuan Lebih Menikmati Pengalaman Berlibur*. <https://www.okocenews.com/hari-ini/42011443508/pesona-wisata-wanita-mengapa-perempuan-lebih-menikmati-pengalaman-berlibur>
- Aziza, U. L. N., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Citra Destinasi dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Pada Wisata Pantai Tambakrejo Blitar. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 6(1), 2077–2084.
<https://doi.org/10.58258/jisip.v6i1.2747>
- Baber, R., & Baber, P. (2023). Influence of social media marketing efforts, e-reputation and destination image on intention to visit among tourists: application of S-O-R model. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 6(5), 2298–2316. <https://doi.org/10.1108/JHTI-06-2022-0270>
- Bandung, B. P. S. K. (2023). *Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung Jumlah Wisatawan Menurut Jenis di Kota Bandung*.
- Barat, D. K. J. (2024). *Fasilitasi Penelitian Bidang Kehutanan di Kawasan Taman Hutan Raya (TAHURA) Djuanda*.

- <https://jabarprov.go.id/layanan/fasilitasi-penelitian-bidang-kehutanan-di-kawasan-taman-hutan-roya-tahura-djuanda-1698744756>
- Bolang, E. H., Mananeke, L., & Debry Ch.A Lintong. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Lokasi Dan Harga Tiket Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Makatete Hillâ€™ S Desa. *Ejournal.Unsrat.Ac.Id*, 9(1), 1360–1370.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/33041>
- Charli, C. O., & Putri, D. A. (2020). Pengaruh Social Media Marketing, Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung. *Jurnal EKOBISTEK*.
- Dewi, I. R., Michel, R. J., & Puspitarini, D. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Toko Prima Freshmart Cirebon. *Jurnal Maneksi*, 11(1), 314–321.
<https://doi.org/10.31959/jm.v11i1.1080>
- Duryadi. (2021). Metode Penelitian Ilmiah Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS. In *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik* (Vol. 7, Issue 1).
- Eddyono, F. (2020). Pengelolaan Destinasi Pariwisata. In *Jurnal Ilmu Pendidikan* (Vol. 7, Issue 2).
- Eliani, Rais, & Fadryani. (2023). *Analisis Pengelompokan Derajat Kesehatan Ibu Dan Anak di Indonesia Menggunakan Structural Equation Modelling Partial Least Square-Prediction Oriented Segmentation (Sem Pls-Pos)*. 19(3), 473–483. <https://doi.org/10.20956/j.v19i3.22060>
- Falaila, L. A. (2024). *Indonesian Journal of Economics , Management , and Accounting Pengaruh Kualitas Sistem & Keamanan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking BCA (BCA Mobile)*. 1(10), 1056–1063.
- Febryaningrum, V., Buana, A. V., Rohman, A. F., Rochmah, A. N., Soraya, A., & Suparta, I. M. (2024). *Penggunaan Analisis Structural Equation Modelling (SEM) Dengan PLS Untuk Menguji Pengaruh Variabel Intervening Terhadap Hubungan Variabel Independen dan Variabel Dependen*. 1(6), 1–9.
- Fitri, J. Z., & Madiawati, P. N. (2020). *Potential Market, Elektronik Word Of Mouth (E-WOM), Media Sosial Yang Mempengaruhi Citra Destinasi Dan Berdampak Kepada Minat Berkunjung Ke Taman Wisata Hutan Mangrove Sebalang, Desa Tarahan, Lampung Selatan*. 2507(February), 1–9.
- Fizkiana, M. A., & Kusnanto, D. (2022). Pengaruh Social Media Marketingdan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pantai Samudera Baru Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(1), 709–718. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5927020>
- Gaffar, V., Tjahjono, B., Abdullah, T., & Sukmayadi, V. (2022). Like, tag and share: bolstering social media marketing to improve intention to visit a nature-based tourism destination. *Tourism Review*, 77(2), 451–470.
<https://doi.org/10.1108/TR-05-2020-0215>
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Least Square Konsep,Teknik*

- Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0 Untuk Penelitian Empiris.*
- Hafizhah, A. M. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing terhadap Minat Kunjung wisatawan ke Pulau Pari, Kepulauan Seribu.*
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., M.Ringle, C., Sarstedt, M., P.Danks, N., & Ray, S. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R. In *Handbook of Market Research*. https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4_15
- Hapsara, O., & Ahmadi, A. (2022). Analisis Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung: Citra Destinasi Dan Aksesibilitas Pada Geopark Merangin Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(01), 64–76. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i01.14802>
- Haryono, G., & Albetris. (2022). Peranan Komunikasi Pemasaran Pariwisata Melalui Pemanfaatan E-Tourism Marketing untuk Meningkatkan Niat Berkunjung Wisatawan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*.
- Hoyle, R. (2022). Handbook Of Structural Equation Modeling. In *IULTCS 30th Global Congress*.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). *Metode Penelitian*.
- Instagram. (2024). *Instagram #ecotourism dan #tahuradjuanda*.
- Isman, I., Patalo, R. G., & Pratama, D. E. (2020). Pengaruh Sosial Media Marketing, Ekuitas Merek, Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ke Tempat Wisata. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), Inpress. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v7i1.7447>
- Jabar, D. (2024). *Taman Tahura Bandung : Fasilitas, Lokasi, Harga Tiket*.
- Kehutanan, D. (2024). *Jumlah Pengunjung Taman Hutan Raya (Tahura) Ir. H. Djuanda Berdasarkan Tahun di Jawa Barat*. Open Data Jabar.
- Kemenparekraf. (2023). *Expert Survey: Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tumbuh pada 2024*.
- Khairunnisa. (2023). Buku Ajar Metodologi Penelitian. In *Cv Science Techno Direct*.
- Kompasiana. (2024). *Lebih dari Sekadar Taman, Taman Hutan Raya Djuanda Bandung Menawarkan Pelestarian Alam dan Edukasi*.
- Kurniawan, R., & Siaurence, J. (2024). *Analisa Pengaruh Citra Destinasi, Loyalitas Destinasi, Kualitas Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Ke Kota Batam*. 2266–2282. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i3.5981>
- Madiawati, P. N., Pradana, M., & Miranda, S. (2021). Effects of Service Quality, Value Perception and Loyalty on Customer Satisfaction: Case of a Local Restaurant in South Bandung, Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 22(1), 19–29. <https://doi.org/10.24198/jbm.v22i1.489>
- Makhdoomi, U. M., & Majid Baba, M. (2019). Destination image and travel intention of travellers to Jammu & Kashmir: The mediating effect of risk perception. *JOHAR-Journal of Hospitality Application & Research*, 14(1), 35–56. <http://www.publishingindia.com/johar/>
- Mandung, F., & Hasan, S. (2023). Buku Referensi Manajemen Pemasaran. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 809–820.
- Mavragani, E., Nikolaidou, P., & Theodoraki, E. (2019). Traveler segmentation

- through social media for intercultural marketing purposes: The case of Halkidiki. *Journal of Tourism, Heritage and Services Marketing*, 5(1), 15–23. <https://doi.org/10.5281/zenodo.2641011>
- Nechoud, L., Ghidouche, F., & Seraphin, H. (2021). The influence of eWOM credibility on visit intention: An integrative moderated mediation model. *Journal of Tourism, Heritage and Services Marketing*, 7(1), 54–63. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4521314>
- Novilia, B. L., & Gustaman, F. A. (2024). Peran Media Sosial Sebagai Media Interaksi Dan Pengembangan Wisata Budaya Lokananta Di Kota Surakarta. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 18(2), 172. <https://doi.org/10.47256/kji.v18i2.533>
- Novta, A., Liestiadre, H. K., & Aridayanti, D. A. N. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Destinasi Wisata Ubud. *Jurnal Kepariwisata*, 21(1), 37–45. <https://doi.org/10.52352/jpar.v21i1.604>
- Pradana, M., Syarifuddin, S., Hafid, H., Gilang, A., & Diandri, M. (2019). Purchase intention determinants of halal food in secular countries. *International Journal of Supply Chain Management*, 8(4), 83–89.
- Prastyorini, J., & Fauziyyah, H. B. (2024). *Strategi Bisnis Pemasaran*.
- Pratiwi, D. Y., Setyawan, D. V., Athaya, M. D., Pramesti, M., Kurniawan, S. B., Sabila, Y., & Ababil, A. A. (2023). *Kajian Pariwisata Dan Pandemi Covid-19*.
- Putra, R. (2021). *KINERJA KARYAWAN MELALUI ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR (OCB) KARYAWAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PERUSAHAAN PT . SAWAH SOLOK*. 2(2), 989–1001.
- Putri, N. R., Afni, F., Supriadi, A., Masri, F. A., & Taufik, E. R. (2024). Analisis Pengaruh Citra Destinasi Wisata, Social Media Marketing dan Fasilitas Wisata terhadap Minat Mengunjungi Wisata di Indonesia. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5(7), 522–526. <https://doi.org/10.37034/infeb.v6i2.892>
- Rahadi, D. R. (2023). *Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model (PLS-SEM)*.
- Ramadhani, D. P., Alamsyah, A., Febrianta, M. Y., & Damayanti, L. Z. A. (2024). Exploring Tourists' Behavioral Patterns in Bali's Top-Rated Destinations: Perception and Mobility. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 19(2), 743–773. <https://doi.org/10.3390/jtaer19020040>
- Riyanto, S., & Setyorini, W. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif dengan Pendekatan SmartPLS 4.0*. https://books.google.co.id/books/about/Metode_Penelitian_Kuantitatif_dengan_Pen.html?id=7a0tEQAAQBAJ&redir_esc=y
- Rubiyanti, N., & Mohaidin, Z. (2022). Halal Cosmetic Purchase Intention: in the Perspective of Muslim and Non-Muslim Consumer. *Journal of Islamic, Social, Economics and Development (JISED) EISSN*, 7(47), 128–1755. <https://doi.org/10.55573/JISED.074711>
- Saragih, M. G., Surya, E. D., & B, M. (2021). Kajian Dasar Pariwisata. In *Penerbit Andalan*.

- https://www.researchgate.net/publication/358046065_KAJIAN_DASAR_PA_RIWISATA
- Saununu, S. J., Reken, F., Tubalawony, J., & Tabelessy, W. (2024). Pengaruh Social Media Marketing dan Influencer Marketing Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Provinsi Maluku. *Journal Of Social Science Research*, 4(2), 5846–5856.
- Setiadi, S., & Ginanjar, N. S. (2024). *MEDIA SOSIAL DAN CITRA DESTINASI UNTUK KEBERLANJUTAN WISATA ALAM KAWASAN HUTAN RESORT SITUGUNUNG*. 5(2).
- Setiawan, P. Y., Purbadharmaja, I. B. P., Widanta, A. A. B. P., & Hayashi, T. (2020). How electronic word of mouth (e-WOM) triggers intention to visit through destination image, trust and satisfaction: the perception of a potential tourist in Japan and Indonesia. *Online Information Review*, 45(5), 861–878. <https://doi.org/10.1108/OIR-03-2019-0111>
- Sholeh, M. S., & Jakaria, R. B. (2021). *Partial Least Square Dalam Menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*. 1(2), 1–6.
- Sihombing, J. R., Ervina, E., & Sumarsih, U. (2019). PENGELOLAAN DAYA TARIK WISATA ALAM DI TAMAN HUTAN RAYA IR . H . DJUANDA Dalam Mendukung Pariwisata Berkelanjutan 2019. *EProceedings ...*, 5(2), 1470–1476. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/10035%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/download/10035/9891>
- Silviani, S., & Jaya, J. N. U. (2022). Evaluasi Kesuksesan E-Plantation Menggunakan Model DeLone dan McLean di PT Alam Permai Makmur Raya. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 3(3), 324–330. <https://doi.org/10.47065/josh.v3i3.1545>
- Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, Fitri, A., Kuswandi, S., Sastri, L., Falani, I., Aswan, N., Hasibuan, F. A., & Lestari, H. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Soleman, A.-B., & Jones, T. V. (2021). Statistical Mediation Analysis Using the Sobel Test and Hayes Spss Process Macro. *International Journal of Quantitative and Qualitative Research Methods*, 9(1), 42–61. <https://ssrn.com/abstract=3799204>
- Sudaryono, Sumarya, P. A., & Dayanti, M. T. (2024). *Model Pengukuran Soft Competencies Era Industri 4 . 0 Pendekatan PLS-SEM (Partial Least Squares Structural Equation Modeling)*. 10(1), 113–127.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*.
- Syawalina, L., Satriadi, Y., & Basarah, M. F. (2022). Persepsi Wisatawan Terhadap Layanan di Objek Wisata Taman Hutan Raya (Tahura) Ir. H. Djuanda Bandung. *Jurnal Kajian Bahasa Dan Pariwisata, Volume 9 N*, 129–143.
- TikTok. (2024). *Video TikTok di akun ig:adama2n*.
- Tobing, W. T. M., & Santoso, L. (2024). Peran Sosial Media Marketing Dalam Meningkatkan Marketing Performance Melalui Pemanfaatan Digital

- Marketing Capabilities Pada Perusahaan Konstruksi Di Propinsi Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 211–224. <https://doi.org/10.51903/jimeb.v3i1.813>
- Uhai, S., Mahmudin, T., & Dewi, I. C. (2024). *Pariwisata Berkelanjutan Strategi Pengelolaan Destinasi Wisata Ramah Lingkungan Dan Menguntungkan*.
- Utama, I. P. H. B., & Giantari, I. G. A. K. (2020). PERAN CITRA DESTINASI MEMEDIASI PENGARUH E-WOM TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI WISATAWAN (Studi Pada Obyek Wisata Taman Edelweis Bali). *E-Jurnal Manajemen*, 27(2), 635–637.
- Vijanagrati, D. L. (2022). *Pengaruh Media Sosial Marketing terhadap Tingkat Kunjungan di Destinasi Wisata Kalibiru Kulon Progo*.
- Waluyo, E., Septian, A., Jerilian, E., Hidayat, I. N., Prahadi, M. A., Prasetyo, T., & Sabilah, A. I. (2024). *Analisis Data Sample Menggunakan Uji Hipotesis Penelitian Perbandingan Menggunakan Uji ANOVA Dan Uji T*. 2(6), 775–785.
- Wardhana, A. (2024). *Consumer Behavior in the Digital Era 4.0*.
- Wibowo, E. L. (2020). *Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Minat Berkunjung di Dago Dream Park melalui Citra destinasi sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Aktif Instagram di Jawa Barat)*.
- Witarsyah, N. A. (2022). *Pengaruh e-WOM dan Citra Destinasi terhadap Minat Kunjung di Desa Wisata Alamendah*.
- Yandi, A., Mahaputra, M. R., & Mahaputra, M. R. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan (Literature Review). *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 1(1), 14–27. <https://doi.org/10.38035/jkmt.v1i1.8>
- Yang, X., Mohammad, J., & Quoquab, F. (2024). *A study of cultural distance , eWOM and perceived risk in shaping higher education students ' destination image and future travel plan*. 10(2), 165–184. <https://doi.org/10.1108/JTF-03-2023-0080>
- Yanti, D., Ramadhan, I., Yunita, D., & Lubis, M. R. (2024a). Peran Media Sosial Dalam Mempromosikan Pariwisata Di Desa Perkebunan Bukit Lawang. *Jurnal Pariwisata*, 11(1), 1–13. <https://doi.org/10.31294/par.v11i1.21228>
- Yasril, A. I., & Sari, M. (2022). Aplikasi Structural Equation Modeling Untuk Mengkaji Faktor Penyebab Stunting Di Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Endurance*, 7(1), 1–12. <https://doi.org/10.22216/jen.v7i1.656>
- Yorika, R., Nugroho, R. A., & Syafitri, E. D. (2021). *Analisis Karakteristik Pengunjung Obyek Wisata Kebun Raya Balikpapan*. 5(2), 130–137.
- Yunani, A., Sakti, M. R. P., Pradana, M., & Putra, A. (2024). Facilities and Service Quality's Impacts on Satisfaction: A Case of Indonesian Train Service Customers. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 21, 2091–2099. <https://doi.org/10.37394/23207.2024.21.171>
- Zainurossalamia, S., Hijrah, L., & Rahmawati, H. R. (2022). *Menuju Keunggulan Pariwisata Panduan Komprehensif Untuk Pengembangan Destinasi Dan Pengelolaan Wisata Berkelanjutan* (Vol. 16, Issue 1).